Food Waste

هدر الطعام

How do our daily choices affect the amount of food we waste?

كيف تؤثر خياراتنا اليومية على كمية الطعام التي نهدرها؟

In this lesson, you will: في هذا الدرس، ستتعلم:

- Read a report about food waste in Egyptian homes.
  تقرأ تقريرًا عن هدر الطعام في المنازل المصرية.
- Analyze causes and solutions.
  تحلل الأسباب والحلول.
- Use the structure of Fronting.
  تستخدم تركيب التقديم (Fronting).
- Discuss ways to reduce food waste.
  تناقش طرق تقليل هدر الطعام.

Inquiry Question

سؤال استقصائي

How do our daily choices affect the amount of food we waste?

كيف تؤثر خياراتنا اليومية على كمية الطعام التي نهدرها؟

Discussion

مناقشة

- Have you ever thrown away food that could have been eaten?
  هل سبق لك أن رميت طعامًا كان يمكن تناوله؟
- Why do you think people waste food?
  برأيك، لماذا يهدر الناس الطعام؟
- What can we do at home or at school to reduce food waste?
  ما الذي يمكننا فعله في المنزل أو في المدرسة لتقليل هدر الطعام؟

Key Vocabulary

المفردات الأساسية

- cause (n.) سبب
- storage (n.) تخزين
- confusion (n.) ارتباك
- recommendation (n.) توصية (اسم)
- reduce (v.) يقلل
- leftover (n.) بقايا الطعام
- significantly (adv.) بشكل كبير

Reading Read the report below, then answer the questions.

اقرأ التقرير التالي، ثم أجب عن الأسئلة.

The Causes of Food Waste in Egyptian Homes

أسباب هدر الطعام في المنازل المصرية

Introduction مقدمة

This report presents the results of a survey conducted in 2024 on food waste in Egyptian homes. The survey aimed to identify the main causes of food waste and suggest practical solutions.

يعرض هذا التقرير نتائج استطلاع أجري في عام 2024 حول هدر الطعام في المنازل المصرية. هدف الاستطلاع إلى تحديد الأسباب الرئيسية لهدر الطعام واقتراح حلول عملية.

Findings: Causes of Food Waste النتائج: أسباب هدر الطعام

- **Buying too much food:** Many families buy more food than they need. This often happens during sales or special offers.
  شراء كميات كبيرة من الطعام: تشتري العديد من العائلات طعامًا أكثر مما تحتاج. غالبًا ما يحدث ذلك أثناء التخفيضات أو العروض الخاصة.
- **Poor storage:** Some people do not store food properly. For example, they put vegetables in the fridge without washing or drying them.
  سوء التخزين: لا يخزن بعض الناس الطعام بطريقة صحيحة على سبيل المثال. يضعون الخضروات في الثلاجة دون غسلها أو تجفيفها.
- **Confusion about dates:** Many people do not understand the difference between "best before" and "use by". They throw away food that is still good.
  الارتباك بشأن التواريخ: كثير الناس لا يفهمون الفرق بين "يفضل استهلاكه قبل" و "يستخدم قبل". يرمون طعامًا ما زال صالحًا للأكل.
- **Large portions:** Restaurants and homes often serve or cook more than people can eat.
  كميات كبيرة: المطاعم والمنازل غالبًا ما تقدم أو تطهو أكثر مما يستطيع الناس تناوله.
- **Lack of planning:** People do not always plan their meals. As a result, some food stays in the fridge until it spoils.
  عدم التخطيط: الناس لا يخططون لوجباتهم دائمًا. ونتيجة لذلك، يبقى بعض الطعام في الثلاجة حتى يفسد.

Next on page يتبع في الصفحة التالية

JRE Think – Reflect – Share فكر – تأمل – شارك

1. What is the main idea of the report? ما الفكرة الرئيسية للتقرير؟
2. What are the most common causes of food waste? ما هي الأسباب الاكثر شيوعاً لهدر الطعام؟
3. Which recommendation do you think is the easiest to follow? Why? أي توصية تعتقد أنها الأسهل للتطبيق؟ ولماذا؟

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Lesson 4.1 Food Waste هدر الطعام

Reading (continued) **The Causes of Food Waste in Egyptian Homes**
أسباب هدر الطعام في المنازل المصرية

Findings: Causes of Food Waste (continued) النتائج: أسباب هدر الطعام (تابع)

- **Lack of planning:** People do not always plan their meals. As a result, some food stays in the fridge until it spoils.
  عدم التخطيط: لا يخطط الناس لوجباتهم دائمًا. ونتيجة لذلك، يبقى بعض الطعام في الثلاجة حتى يفسد.

Other important causes أسباب أخرى مهمة

- **Generosity and hospitality:** In many homes, people cook more food than needed to show hospitality.
  الكرم والضيافة: في كثير من المنازل، يطبخ الناس كمية أكبر من اللازم لإظهار الكرم والضيافة.
- **Lack of awareness:** Not everyone understands the impact of food waste on the environment and the economy.
  نقص الوعي: لا يدرك الجميع تأثير هدر الطعام على البيئة والاقتصاد.

Recommendations التوصيات

- Plan meals before shopping.
  خطط للوجبات قبل التسوق.
- Store food correctly.
  خزن الطعام بشكل صحيح.
- Understand food date labels.
  افهم ملصقات تواريخ الطعام.
- Cook and serve smaller portions.
  اطبخ وقدم كميات أصغر.
- Share extra food with others.
  شارك الطعام الزائد مع الآخرين.

Conclusion خاتمة

Food waste is a big problem, but small daily choices can make a big difference. If we plan better and value food, we can save money, help our communities, and protect the environment.
هدر الطعام مشكلة كبيرة، لكن الخيارات اليومية الصغيرة يمكن أن تحدث فرقا كبيرًا. إذا خططنا بشكل أفضل وقدّرنا الطعام، يمكننا توفير المال، ومساعدة مجتمعاتنا، وحماية البيئة.

JRE
Think – Reflect – Share
فكر – تأمل – شارك

1. What is the main idea of the report?
   ما الفكرة الرئيسية للتقرير؟
2. What are the most common causes of food waste?
   ما هي الأسباب الأكثر شيوعًا لهدر الطعام؟
3. Which recommendation do you think is the easiest to follow? Why?
   أي توصية تعتقد أنها أسهل للتطبيق؟ ولماذا؟

Language Note
ملاحظة لغوية

- "best before" means the food is still good to eat after that date, but its quality may be lower.
  "best before" تعني الطعام لا يزال صالحاً للأكل بعد هذا التاريخ، لكن جودته قد تكون أقل.
- "use by" means it is not safe to eat the food after that date.
  "use by" تعني أنه ليس من الأمن تناول الطعام بعد هذا التاريخ.

Did You Know? هل تعلم؟

About one-third of all food produced in the world is wasted every year.
يتم هدر نحو ثلث جميع الغذاء المنتج في العالم كل عام.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

5 Comprehension Check تحقق من الفهم

A. Explain اشرح

Answer the following questions. أجب عن الأسئلة التالية

1. What is the main idea of the report?
ما الفكرة الرئيسية للتقرير؟

2. What are the main purposes of the survey mentioned in the report?
ما هي الأهداف الرئيسية للاستطلاع المذكورة في التقرير؟

B. Analyze احلل

Answer the following questions. أجب عن الأسئلة التالية.

3. Why does confusion about dates lead to food waste?
لماذا يؤدي الارتباك بشأن التواريخ إلى هدر الطعام؟

4. How does poor storage increase food waste?
كيف يؤدي سوء التخزين إلى زيادة هدر الطعام؟

5. Why do people throw away food that is still good?
لماذا يتخلص الناس من الطعام الذي لا يزال صالحًا للأكل؟

C. Evaluate اقيم

Answer the following questions. أجب عن الأسئلة التالية

6. Which of the causes do you think is the biggest problem? Why?
أي من الأسباب تعتقد أنه أكبر مشكلة؟ ولماذا؟

7. Do you agree with the recommendations in the report? Why / Why not?
هل توافق على التوصيات في التقرير؟ لماذا / لماذا لا؟

D. True / False / Not Given صح / خطا / غير مذكور

Decide if each statement is True (T), False (F) or Not Given (NG).

قرر ما إذا كانت كل عبارة صحيحة (T) أو خاطئة (F) أو غير مذكورة (NG).

	T	F	NG
1. Many families buy more food than they need.			
2. People understand the difference between "best before" and "use by".			
3. Restaurants always serve small portions.			
4. Planning meals can help reduce food waste.			
5. The report says food waste does not affect the environment.			

E. Justify your answers برر إجاباتك

- Write a short reason for your answers in part D.
اكتب سببًا قصيرًا لكل إجابة في الجزء (د).

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

JRE Think – Reflect – Share
فكر – تأمل – شارك

Discuss the questions with your partner or group.
ناقش الأسئلة مع زميلك أو مجموعتك.

1. Should people be more careful about how much food they buy?
هل يجب على الناس أن يكونوا أكثر حرصاً بشأن كمية الطعام التي يشترونها؟
2. What can schools do to teach students about food waste?
ماذا يمكن للمدارس أن تفعل لتعليم الطلاب عن هدر الطعام؟
3. Is food waste a bigger problem in cities or in villages? Why?
هل هدر الطعام مشكلة أكبر في المدن أم في القرى؟ لماذا؟

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Lesson 4.1 Food Waste هدر الطعام

Key Vocabulary المفردات الأساسية

	Word الكلمة	Part of Speech نوع الكلمة	Meaning in English المعنى باللغة الإنجليزية	Meaning in Arabic المعنى باللغة العربية	Example Sentence جملة مثال
1	storage	(n.)	the way food is kept in a safe place	تخزين طريقة حفظ الطعام في مكان آمن	• Good storage keeps food fresh longer. التخزين الجيد يحافظ على الطعام طازجاً لفترة أطول.
2	confusion	(n.)	a state of not understanding something clearly	ارتباك حالة عدم فهم شيء بوضوح	• There is **confusion** about food dates. هناك ارتباك حول تواريخ الطعام.
3	generosity	(n.)	the quality of being kind and willing to give	كرم صفة اللطف والاستعداد للعطاء	• Her **generosity** helped many people. كرمها ساعد الكثير من الناس.
4	recommendations	(n.)	suggestions about what should be done	توصيات اقتراحات حول ما يجب فعله	• The report gives helpful recommendations. يقدم التقرير توصيات مفيدة.
5	reduce	(v.)	to make something smaller in amount or size	يقلل يجعل شيئاً أقل في الكمية أو الحجم	• We can **reduce** food waste at home. يمكننا تقليل هدر الطعام في المنزل.
6	leftover	(n.)	food that remains after a meal	بقايا الطعام الطعام المتبقي بعد الوجبة	• Don't throw away **leftovers**. لا تتخلص من بقايا الطعام.
7	significantly	(adv.)	in a meaningful and noticeable way	بشكل كبير بطريقة ذات تأثير واضح ومهم	• Proper planning can **significantly** reduce waste. التخطيط الجيد يمكن أن يقلل الهدر بشكل كبير.

7 Writing in Action – Fronting الكتابة في السياق – التركيب: التقديم

A. What is Fronting? ما هو التقديم؟

Fronting is when we move a part of the sentence to the beginning to emphasize it.

التقديم هو تحويل جزء من الجملة إلى البداية للتأكيد عليه.

Example:

- **Normal order:** People waste food every day.
  الترتيب العادي: الناس يهدرون الطعام كل يوم.
- **Fronted:** Every day, people waste food.
  مع التقديم: كل يوم، الناس يهدرون الطعام.

B. Types of Fronting أنواع التقديم

	Type النوع	Structure التركيب	Example مثال
1	Time fronting تقديم ظرف الزمان	Time + , + subject + verb ظرف الزمان + ، + الفاعل + الفعل	• **Yesterday**, we threw away a lot of food. أمس، ألقينا الكثير من الطعام.
2	Place fronting تقديم ظرف المكان	Place + , + subject + verb ظرف المكان + ، + الفاعل + الفعل	• **In the fridge**, we keep food properly. في الثلاجة، نحفظ الطعام جيداً.
3	Object fronting تقديم المفعول به	Object + , + subject + verb المفعول به + ، + الفاعل + الفعل	• **Food waste**, we must reduce it. هدر الطعام، يجب أن نقلله.

C. Why do we use Fronting? لماذا نستخدم التقديم؟

- **To emphasize** an idea.
  للتأكيد على فكرة معينة.
- **To make** writing more interesting.
  لجعل الكتابة أكثر تشويقًا.
- **To organize** information clearly.
  لترتيب المعلومات بوضوح.
- **To show** the main point at the beginning.
  لإبراز النقطة الأساسية في البداية.

D. Underline the fronted part in each sentence.
ضع خطاً تحت الجزء المقدم في كل جملة.

1. In many homes, food is wasted every day.
2. Too much food, many families buy during sales.
3. About dates, people are often confused.
4. In the fridge, they store vegetables without washing.
5. After meals, leftovers are often thrown away.
6. To save money, we should plan our meals.

E. Write 3–5 sentences about food waste using fronting.
اكتب من 3 إلى 5 جمل عن هدر الطعام باستخدام التقديم.

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Writing in Context – Fronting الكتابة في سياق – التركيب: التقديم

A Identify the Fronted Part حدد الجزء المقدم

Underline the fronted part in each sentence. ضع خطاً تحت الجزء المقدم في كل جملة.

1. **Yesterday**, we threw away a lot of food.
2. **In many homes**, food is wasted every day.
3. **At school**, students should eat all their meals.
4. **On the table**, there were many leftovers.
5. **Last week**, my family cooked too much food.
6. **In the fridge**, we keep food in a safe place.
7. **To reduce waste**, we must plan our meals.
8. **Usually**, people buy more food than they need.
9. **With good storage**, food can stay fresh longer.
10. **At home**, we share extra food with others.

B Put the sentences in the normal order أعد كتابة الجمل للترتيب العادي

Rewrite each sentence in its normal (usual) order. أعد كتابة كل جملة دون تقديم.

1. Yesterday, we cleaned the fridge.
   → We cleaned the fridge yesterday.
2. In my school, we learn about food waste.
   → We learn about food waste in my school.
3. To save food, we should plan our meals.
   → We should plan our meals to save food.
4. On the table, there was some leftover food.
   → There was some leftover food on the table.
5. In summer, we eat more fresh vegetables.
   → We eat more fresh vegetables in summer.
6. With better planning, we can reduce food waste.
   → We can reduce food waste with better planning.

C Choose the correct fronted sentence اختر الجملة التي تحتوي على تركيب التقديم الصحيح

Choose the correct sentence with fronting. اختر الجملة الصحيحة التي تستخدم التقديم.

1. a) We should save food to reduce waste.
   b) To reduce waste, we should save food. ✓
2. a) Food is wasted every day in many homes.
   b) In many homes, food is wasted every day. ✓
3. a) We cooked too much food last month.
   b) Last month, we cooked too much food. ✓
4. a) Leftovers were on the table.
   b) On the table, there were leftovers. ✓
5. a) We keep food safely in the fridge.
   b) In the fridge, we keep food safely. ✓
6. a) People buy more food than they need sometimes.
   b) Sometimes, people buy more food than they need. ✓

D Write 3–5 sentences about Food Waste using Fronting اكتب من 3 إلى 5 جمل عن هدر الطعام باستخدام التقديم

Use fronting (time / place / object / purpose) in your sentences. استخدم التقديم (زمان / مكان / مفعول به / هدف).

1. In many families, food is wasted every day.
2. Last week, we threw away a lot of food.
3. On the table, there were many leftovers.
4. To reduce food waste, we should plan our meals.
5. With good storage, food can stay fresh for a longer time.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

8 Speaking Activities أنشطة التحدث

A. Rank the Causes رتّب الأسباب

Read the causes of food waste below.
Rank them from 1 (most important) to 6 (least important) and explain your order.

اقرأ أسباب هدر الطعام التالية.
رتّبها من 1 (الأكثر أهمية) إلى 6 (الأقل أهمية)
ثم أشرح ترتيبك.

No.	Cause السبب	Your Rank ترتيبك
1	Buying more food than we need. شراء طعام أكثر مما نحتاج.	.....
2	Poor storage of food at home. سوء تخزين الطعام في المنزل.	.....
3	Confusion about dates (best before / use by). الارتباك حول التواريخ (الأفضل قبل / سنفبل / استخدام قبل).	.....
4	Cooking large portions. طهي كميات كبيرة.	.....
5	Not planning meals. عدم التخطيط للوجبات.	.....
6	Throwing away leftovers. التخلص من بقايا الطعام.	.....

Discuss: Which cause is the most common in your family or community? نُاقش: أي سبب هو الأكثر شيوعاً في عائلتك أو مجتمعك؟

B. Role Play لعب الأدوار

Work with a partner. One is the supermarket manager. The ether is an environmental activist. Talk about how to reduce food waste in the supermarket.

اعمل مع زميلك. أحدكما مدير سوبر ماركت
والأخر ناشط بيئي. تحدثا عن كيفية تقليل هدر الطعام في السوبر ماركت.

Manager المدير

- You want to reduce waste but also make a profit.
- Explain what your store already does.
- Listen to ideas.
- Discuss what can be improved.

Activist الناشط البيئي

- You care about the environment.
- Suggest ideas to reduce food waste.
- Explain why they are important.
- Listen to the manager.
- Agree on some actions.

Useful Phrases عبارات مفيدة

- From my point of view, ...
- I agree / disagree because ...
- That's a good idea.
- What about ... ?
- We already ...
- We could ...
- Maybe we can ...
- In the long run, ...

C. Four Corners Activity نشاط الزوايا الأربع

Read the statement below. Go to the corner of the room that shows how much you agree.
Discuss your choice with your classmates.

اقرأ العبارة التالية. اذهب إلى الزاوية التي تُظهر مدى موافقتك.
نُاقش اختيارك مع زملائك فيْ الصف.

Do brand names (labels) have a big influence on teenagers?
هل للعلامات التجارية تأثير كبير على المراهقين؟

1 Strongly Agree أوافق بشدة

- Brand names affect how we think and what we buy.
- They make us feel special.
- Examples: Nike, Apple, Adidas ...

2 Agree أوافق

- Brand names have some influence.
- They are important, but not everything.
- Examples: Samsung, Coca-Cola ...

3 Disagree لا أوافق

- Brand names don't affect me much.
- I care more about quality and price.
- Examples: Local brands, basic items ...

4 Strongly Disagree لا أوافق بشدة

- Brand names do not influence me at all.
- I only buy what I really need.
- Examples: No name products ...

After discussing, share your final opinion with the class. بعد المناقشة، شارك رأيك النهائي مع الصف.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

UNIT 4: The Power of Choice

Concept 4: Consumption and Choice

المفهوم 4 : الاستهلاك والاختيار

How do companies influence consumers using "brand culture"?

كيف تؤثر الشركات على المستهلكين باستخدام "ثقافة العلامة التجارية"؟

A. Inquiry Questions أسئلة تقصية

1. What do brand names mean to you?
   ماذا تعني لك أسماء العلامات التجارية؟
2. Why do some people prefer famous brands even if similar products are cheaper?
   لماذا يفضل بعض الناس العلامات التجارية المشهورة حتى لو كانت المنتجات المماثلة أرخص؟
3. Can strong brand culture affect the way teenagers think and act?
   هل يمكن لثقافة العلامة التجارية القوية أن تؤثر في طريقة تفكير المراهقين وتصرفاتهم؟
4. How can we make smart choices and avoid brand pressure?
   كيف يمكننا اتخاذ قرارات ذكية وتجنّب ضغط العلامات التجارية؟

B. Discussion مناقشة

1. Do you think brands try to create a lifestyle, not just sell products? Give examples.
   هل تعتقد أن العلامات التجارية تحاول خلق أسلوب حياة، وليس مجرد بيع منتجات؟ اذكر أمثلة.
2. What kinds of messages do brands use to attract young people?
   ما هي أنواع الرسائل التي تستخدمها العلامات التجارية لجذب الشباب؟
3. Is it always bad to be influenced by brands? Why / Why not?
   هل من السيء دائما أن تتأثر بالعلامات التجارية؟ لماذا / لماذا لا؟
4. How can we support responsible brands and reduce waste at the same time?
   كيف يمكننا دعم العلامات التجارية المسؤولة وتقليل الهدر في الوقت نفسه؟

Word Bank مفردات الدرس

brand culture	ثقافة العلامة التجارية	perception	إدراك
influence	تأثير	image	صورة ذهنية
consumer	مستهلك	marketing	تسويق
loyalty	ولاء	trend	اتجاه
identity	هوية	status	مكانة إجتماعية

By the End of this Lesson, I Will Be Able To:

في نهاية هذا الدرس، سأكون قادرًا على:

- Explain how brands use culture to influence consumers.
  أشرح كيف تستخدم العلامات التجارية الثقافة للتأثير علي المستهلكين.
- Identify messages and strategies in brand advertising.
  أحدد الرسائل والاستراتيجيات في إعلانات العلامات التجارية.
- Discuss the positive and negative effects of brand culture.
  أناقش الآثار الإيجابية والسلبية لثقافة العلامة التجارية.

More Than a Logo: How Brands Shape What We Buy

أكثر من مجرد شعار: كيف تشكّل العلامات التجارية ما نشتريه

1 We see **brands** every day. They are on our clothes, our phones, our shoes, and even our food. A brand is more than a name or a **logo**. It is a **promise**, an **image**, and a **feeling**. Brands try to build a strong **identity** so that people remember them and trust them. Companies use "**brand culture**" to do more than sell products. They sell **ideas** and **lifestyles**. For example, a sportswear brand may promote health, energy, and confidence. A fast-food brand may promote fun, friendship, and easy meals. These messages **influence** what we think, feel, and choose.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner
D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Beyond the Brand – Reading ما وراء العلامة التجارية – القراءة

2 Building a brand is not just about a good product. It is about creating a **story** that people want to be part of. Brands design **logos**, **colors**, and **slogans** that are easy to remember. They spend money on **ads**, **social media**, and **influencers** to reach many people. The goal is to **stay in our minds** every day so we think of the brand first when we make a choice.

بناء العلامة التجارية لا يقتصر على منتج جيد فقط. بل يتعلق بإنشاء قصة يريد الناس أن يكونوا جزءًا منها.
تصمّم العلامات التجارية شعارات وألوانًا وشعارات سهلة للتذكر. وتُنفق المال على الإعلانات ووسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين للوصول إلى عدد كبير من الناس. الهدف هو أن تبقى في أذهاننا كل يوم حتى نفكر بالعلامة التجارية أولاً عند اتخاذ قرار.

3 Brands also connect with our **emotions** and **identity**. They make us feel happy, confident, successful, or part of a group. For many teenagers, wearing a certain brand is a way to express who they are or who they want to be. This emotional connection is very powerful. It can make us **loyal** to a brand, even if another brand is cheaper or better.

ترتبط العلامات التجارية أيضًا بمشاعرنا وهويتنا. تجعلنا نشعر بالسعادة أو الثقة أو النجاح أو الانتماء إلى مجموعة.
بالنسبة للعديد من المراهقين، ارتداء علامة تجارية معينة هو طريقة للتعبير عن هويتهم أو عن الشخص الذي يريدون أن يكونوا عليه.
هذا الارتباط العاطفي قوي جدا. يمكن أن يجعلنا مخلصين للعلامة التجارية، حتى لو كانت علامة أخرى أرخص أو أفضل.

4 A strong brand has **value**. People are often willing to pay more for a brand they trust. They believe the quality will be high, the service will be good, and the experience will be worth it. Some brands even become a symbol of success, style, or **status**.

للعلامة التجارية القوية قيمة. يكون الناس في كثير من الأحيان على استعداد لدفع المزيد مقابل علامة تجارية يثقون بها.
يعتقدون أن الجودة ستكون عالية، والخدمة ستكون جيدة، والتجربة ستكون ذات قيمة. تصبح بعض العلامات التجارية حتى رمزًا للنجاح أو الأسلوب أو المكانة.

5 Our choices are not always logical. Research shows that people often choose brands that match their **self-image**. If someone sees themselves as sporty, they may choose sports brands. If they see themselves as creative, they may choose unique or artistic brands. This is called **"identity-based choice."**

اختياراتنا ليست دائمًا منطقية. تُظهر الأبحاث أن الناس غالبًا ما يختارون العلامات التجارية التي تتوافق مع صورتهم الذاتية.
إذا رأى شخص ما نفسه رياضيًا، فقد يختار العلامات التجارية الرياضية. إذا رأى نفسه مبدعًا، فقد يختار علامات تجارية فريدة أو فنية. يُسمى هذا "الاختيار القائم على الهوية".

6 Being aware of how brands influence us is the first step to becoming a **smarter consumer**. When we understand the messages behind the brand culture, we can make choices that fit our **real needs**, **values**, **and goals**, not just what is popular.

الوعي بكيفية تأثير العلامات التجارية علينا هو الخطوة الأولى لتصبح مستهلكًا أكثر ذكاءً.
عندما نفهم الرسائل وراء ثقافة العلامة التجارية، يمكننا اتخاذ خيارات تتناسب مع احتياجاتنا الحقيقية وقيمنا وأهدافنا، وليس فقط ما هو شائع.

JRE – Read and Answer اقرأ وأجب

1. What do brands try to build in people's minds?
.....
2. How do brands connect with teenagers?
.....
3. Why are people willing to pay more for some brands?
.....
4. What is "identity-based choice"?
.....
5. How can understanding brand culture help us?
.....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Comprehension Check التحقق من الفهم

B. Analyze حلل

6 Analyze how companies use emotions and identity to build brand loyalty.

.....

.....

7 Analyze the difference between true loyalty and fake loyalty.

.....

.....

8 Analyze how mindful consumption can improve our lives and the world.

.....

.....

C. Evaluate قيم

9 Do you think it is always bad to be influenced by brands? Why or why not?

.....

.....

10 Evaluate the importance of understanding brand culture before making a purchase.

.....

.....

11 If you were a company, how would you build a brand that promotes positive values and reduces waste?

.....

.....

D. True / False / Not Given صح / خطأ / غير مذكور

Read the statements below and write (T) if it is True, (F) if it is False, or (NG) if it is Not Given.

اقرأ العبارات التالية واكتب (T) إذا كانت صحيحة ، (F) إذا كانت خاطئة ، أو (NG) إذا لم تذكر في النص.

1 Companies design logos, colors, and slogans to be easy to forget. ( )

2 Brand culture helps companies stay in our minds every day. ( )

3 Wearing a certain brand can be a way for teenagers to show their identity. ( )

4 People are always loyal to brands because of gifts and promotions. ( )

5 A strong brand offers high quality, good service, and a valuable experience. ( )

6 Mindful consumption means buying as much as possible to support brands. ( )

7 Understanding the messages behind brand culture helps us make smarter choices. ( )

Vocabulary المفردات

A. Match the words with their meanings.

صل الكلمات بمعانيها.

1 preference	•	a. a feeling of being part of a group
2 belonging	•	b. to try hard not to do or accept something
3 logo	•	c. a special symbol or design that represents a company
4 brand	•	d. a name or symbol that represents a company or its products
5 loyalty	•	e. the act of staying with the same brand
6 resist	•	f. a choice or liking for something

B. Choose the correct word. اختر الكلمة الصحيحة.

1 I have a strong (preference / resist) for eco-friendly products.

2 Many people feel a sense of (belonging / logo) when they join a sports team.

3 The company's (logo / loyalty) is simple but easy to recognize.

4 Apple is a well-known (brand / resist) all over the world.

5 He showed (loyalty / preference) to his favorite shoe brand for many years.

6 Smart consumers can (resist / brand) unnecessary advertising.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

UNIT 4: The Power of Choice

Concept 4: Consumption and Choice

المفهوم 4 : الاستهلاك والاختيار

Lesson 4.2 Beyond the Brand ما وراء العلامة التجارية

Vocabulary المفردات

A. Use the words in the box to complete the sentences.
أكمل الجمل باستخدام الكلمات في الصندوق.

preference – belonging – logo – brand – loyalty – resist

1. My ..... is to buy products that are good for the environment.
2. Wearing the school uniform helps us feel a sense of .....
3. The company's ..... is a red apple with a bite taken out of it.
4. Some people are very ..... to the brands they trust.
5. A ..... is more than just a name; it has a story and a message.
6. It is important to ..... peer pressure and make your own choices.

B. Write your own sentences using each word.
اكتب جملك الخاصة باستخدام كل كلمة.

1. preference: .....
2. belonging: .....
3. logo: .....
4. brand: .....
5. loyalty: .....
6. resist: .....

Real-world Connection الربط بالعالم الحقيقي

A. Your Brand Choices نشاط: خيارات علامتك التجارية

Choose one product you use every day (e.g., shoes, phone, snack, drink, clothes). Answer the questions.
اختر منتجًا واحدًا تستخدمه يوميًا (مثل: حذاء، هاتف، وجبة خفيفة، مشروب، ملابس). أجب عن الأسئلة التالية.

1. What brand is it?
2. Why did you choose this brand?
3. What do you like most about it?
4. Is it an ethical or eco-friendly brand? Why or why not?
5. Would you recommend this brand to others? Why?

B. Reflection أسئلة للتفكير الذاتي

1. How do brands influence the way you think or act?
2. What can you do to make smarter and more responsible choices as a consumer?
3. How can supporting responsible brands help your community and the environment?
4. What are your personal values when choosing products or brands?

Speaking التحدث والمناقشة

A. Talk about it تحدث عن الأمر

1. What is "brand culture"? How does it affect people's lives?
2. Do you think brands have too much influence on young people today? Why?
3. What are some positive and negative effects of brand culture?
4. How can we enjoy products and brands without being controlled by them?
5. What is the difference between needing a brand and wanting it?

B. Group Discussion مناقشة جماعية

➤ Discuss the questions below with your group. Then, share your ideas with the class.
ناقش الأسئلة التالية مع مجموعتك، ثم شارك أفكارك مع الصف.

1. Should companies be responsible for the messages they send to young people?
2. How can schools and families help teenagers make better consumer choices?
3. What can we do in our daily lives to reduce the negative impact of brand culture?

تم المسح الضوئي بـ CamScanner
D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Writing: Opinion Article الكتابة: مقال رأي

A. Structure of an Opinion Article تركيب مقال الرأي

An opinion article shares your point of view about an important issue and gives reasons to support it.

مقال الرأي يشاهة نظرك حول قضية مهمة ويقدم أسبابًا تدعم رأيك.

Part الجزء	Purpose الهدف	What to Include ماذا تكتب
1. Headline العنوان	It attracts readers' attention and shows the main idea. يجذب انتباه القارئ ويبين الفكرة الرئيسية.	• Make it short, catchy, and clear. اجعلة قصيرًا وجذابًا وواضحًا. • Example: The Hidden Power of Brand Culture مثال: القوة الخفية لثقافة العلامات التجارية.
2. Introduction مقدمة	It introduces the topic and states your opinion. تقدم لموضوع وتوضح رأيك.	• Start with a hook (question, fact, or surprising statement). ابدأ بجملة تجذب القارئ (سؤال، حقيقة، أو عبارة مفاجئة). • State your opinion clearly. وضح رأيك بوضوح.
3. Body Paragraphs فقرات العرض	They explain your opinion with reasons, examples, and evidence. تشرح رأيك بالأسباب والأمثلة والأدلة.	• Write 2–3 paragraphs. اكتب من فقرتين إلى ثلاث فقرات. • Each paragraph = one main idea + examples + explanations. كل فقرة= فكرة رئيسية واحدة + أمثلة + شرح. • Use linking words (firstly, moreover, for example, because…). استخدم كلمات الربط (أولاً، بالإضافة إلى ذلك، على سبيل المثال، لأن...).
4. Concession (مقابلة الرأي)	It shows you understand another point of view. تظهر أنك تفهم وجهة نظر أخرى.	• Introduce the opposite idea. قدم الفكرة المقابلة. • Explain why you don't fully agree with it. اشرح لماذا لا تتفق معها تمامًا.
5. Conclusion خاتمة	It summarizes your opinion and leaves a strong final message. تلخص رأيك وتترك رسالة ختامية قوية.	• Restate your opinion in different words. أعد صياغة رأيك بكلمات مختلفة. • End with a call to action or a final thought. اختم بنداء للعمل أو فكرة ختامية.

B. Writing Task مهمة الكتابة

Write an opinion article (180–220 words) about:

How does brand culture affect young people today?

Follow the structure above.

اكتب مقال رأي (180–220كلمة) عن:

كيف تؤثر ثقافة العلامات التجارية على الشباب اليوم؟

اتبع التركيب السابق.

Planning Box مربع التخطيط

My opinion: _____ أراني.

Reasons: الأسباب:

1. _____
2. _____
3. _____

Opposite view: الرأي المقابل:

_____

My response: ردي:

_____

Headline: العنوان _____

Introduction: المقدمة

.....

.....

.....

Body Paragraph 1: الفقرة الأولى.

.....

.....

.....

Body Paragraph 2: الفقرة الثانية

.....

.....

.....

Body Paragraph 3 (optional): الفقرة الثالثة (اختيارية):

.....

.....

.....

Concession (Opposite View): مقابلة الرأي:

.....

.....

Conclusion: الخاتمة

.....

.....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Section B: Online Consumption القسم ب: الاستهلاك عبر الإنترنت

How apps use your time

كيف تستخدم التطبيقات وقتك

A. Inquiry Questions أسئلة الاستكشاف

1. How do apps and websites try to keep you using them longer?
2. What kinds of information do you think apps collect about you?
3. Why do you think some apps are free?
4. How can you manage your time and protect your data online?

B. Discussion Questions أسئلة للمناقشة

1. What is the difference between useful apps and addictive apps?
2. Should apps be allowed to collect personal data without our clear permission? Why or why not?
3. What can companies do to make apps more ethical and less distracting?
4. How can schools and parents help teenagers develop healthy digital habits?

C. Listening استماع

Listen to the audio. Then, answer the questions. استمع إلي التسجيل الصوتي. ثم أجب عن الأسئلة التالية.

How do apps work? How do they collect data?

كيف تعمل التطبيقات؟ وكيف تجمع البيانات؟

Many apps look simple and fun. But behind the scenes, they use smart systems to keep you engaged and collect information about you. Here's how it works:

- **Attention design:** Apps are built to grab your attention. They use notifications, bright colors, and endless scrolling to keep you coming back. The goal is to make you spend as much time as possible inside the app.
- **Data collection:** While you use the app, it collects data such as what you click, how long you stay, what you search, and even your location. Some apps also access your contacts, photos, or microphone.
- **Personalization:** The app uses your data to show you content, ads, and recommendations that match your interests. This makes the experience feel "made for you."
- **Why apps are free:** Most free apps earn money through ads or by selling your data to other companies. Your attention is their product.
- **The result:** The more time you spend, the more data they get — and the more money they make.

Answer the questions. أجب عن الأسئلة.

1. What are some ways apps try to keep your attention? .....
2. What kinds of data do apps collect about users? .....
3. How do apps use your data? .....
4. Why are most free apps able to offer their services for free? .....
5. What is the result of spending more time on apps? .....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Listening Comprehension (Multiple Choice) استماع: اختر الإجابة الصحيحة

Listen to the audio. Then, choose the correct answer (A, B, C or D).

استمع إلى التسجيل الصوتي، ثم اختر الإجابة الصحيحة (أ، ب، ج، أو د).

1 What is "infinite scroll"?

A. The ability to scroll through a page with no end.
B. A type of advertisement shown in apps.
C. A setting that makes text larger.
D. A security feature that protects your data.

2 How does infinite scroll affect users?

A. It helps users find information faster.
B. It makes users feel satisfied and stop scrolling.
C. It keeps users scrolling longer without realizing it.
D. It reduces the number of ads.

3 What is autoplay?

A. A feature that plays videos automatically.
B. A way to download videos to watch offline.
C. A tool that blocks pop-up ads.
D. A setting that turns off notifications.

4 How do notifications affect users?

A. They help users organize their time.
B. They encourage users to return to the app.
C. They reduce the amount of data used.
D. They make the phone run faster.

5 What kinds of data do apps usually collect? (Choose TWO)

A. Your favorite color
B. Your location
C. How long you stay on the app
D. What you search for
E. Your shoe size
F. Your contacts and photos

6 Why are most social media apps free to use?

A. Because companies want to be kind.
B. Because they are supported by the government.
C. Because they make money from ads and your data.
D. Because users pay with their personal information.

B. Complete the Sentences استمع وأكمل الجمل بالكلمة المناسبة من التسجيل

Listen again. Fill in the blanks with the best word(s).

1 Infinite scroll is designed to keep you _____ for as long as possible.

2 Autoplay makes videos start _____ without asking you.

3 Notifications are used to _____ your attention and bring you back.

4 Apps collect data about what you _____, how long you stay, and your _____.

5 Most free apps make money by showing _____ or by selling your _____.

C. JRE Questions (Short Answers) أسئلة استيعاب حسب التسجيل

Listen to the audio. Then, answer the questions. استمع إلى التسجيل الصوتي، ثم أجب عن الأسئلة التالية.

1 How does "infinite scroll" make users spend more time on apps?

_____

_____

2 What does autoplay do, and why is it used?

_____

_____

3 Why do apps send notifications to users?

_____

_____

4 What kinds of personal data can apps collect about users?

_____

_____

5 Do you think it is fair that apps collect so much data? Why or why not?

_____

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Listening Analysis – Explain & Evaluate تحليل الاستماع – اشرح وقيم

Listen to the audio again. Then, answer the questions.

استمع إلى التسجيل الصوتي مرة أخرى، ثم أجب عن الأسئلة

1. Explain what the phrase "If you are not paying for the product, you are the product" means in your own words based on what you heard.

اشرح معنى عبارة " إذا كنت لا تدفع مقابل المنتج، فأنت المنتج" بكلماتك الخاصة بناءً على ما سمعته.

.....

.....

2. Evaluate how constant notifications can affect a person's focus, mood, and daily life.

قيم كيف يمكن أن تؤثر الإشعارات المستمرة على تركيز الشخص ومزاجه وحياته اليومية.

.....

.....

3. Evaluate the responsibilities of users when it comes to protecting their time and personal data online.

قيم مسؤوليات المستخدمين فيما يتعلق بحماية وقتهم وبياناتهم الشخصية عبر الإنترنت .

.....

.....

4. Do you agree that companies should be more responsible for how their apps affect users? Explain your point of view.

هل توافق على أن الشركات يجب أن تكون أكثر مسؤولية عن تأثير تطبيقاتها على المستخدمين؟ اشرح وجهة نظرك.

.....

.....

B. True / False / Not Given صح / خطأ / غير مذكور

Listen to the audio again. Read the statements below and write (T) if it is True, (F) if it is False, or (NG) if it is Not Given.

استمع إلى التسجيل الصوتي مرة أخرى. اقرأ العبارات التالية واكتب (T) إذا كانت صحيحة، (F) إذا كانت خاطئة، أو (NG) إذا لم يذكر في النص.

1. Infinite scroll has a natural ending that helps users stop. ( )
2. Autoplay is used to start videos automatically without the user's action. ( )
3. Notifications are only used to inform users about important messages. ( )
4. Apps collect data such as what you click, how long you stay, and your location. ( )
5. Some apps can access your contacts, photos, and even your microphone. ( )
6. Apps use your data to show you personalized content and ads. ( )
7. Most free apps make money by selling your data or showing you ads. ( )
8. Users have no control over the data apps collect about them. ( )
9. The audio suggests that users should think carefully about the apps they use. ( )
10. The speaker says apps are always harmful and should not be used. ( )

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Lesson 4.3 Digital Consumption الاستهلاك الرقمي

A. Digital Consumption Around the World الاستهلاك الرقمي حول العالم

Egypt (مصر)	United States (الولايات المتحدة)	China (الصين)	South Korea (كوريا الجنوبية)
• Internet users: about 72% مستخدمي الإنترنت: حوالي 72%	• Internet users: about 91% مستخدمي الإنترنت: حوالي 91%	• Internet users: about 75% مستخدمي الإنترنت: حوالي 75%	• Internet users: about 96% مستخدمي الإنترنت: حوالي 96%
• Most popular activities: social media, messaging, watching videos. الأنشطة الأكثر شيوعاً: وسائل التواصل الاجتماعي، المراسلة، مشاهدة الفيديوهات.	• Most popular activities: streaming, online shopping, gaming, social media. الأنشطة الأكثر شيوعاً: البث المباشر، التسوق عبر الإنترنت، الألعاب، وسائل التواصل الاجتماعي.	• Most popular activities: short videos, live streaming, online payments, gaming. الأنشطة الأكثر شيوعاً: مقاطع الفيديو القصيرة، البث المباشر، الدفع الإلكتروني، الألعاب	• Most popular activities: gaming, streaming, K-pop content, social media. الأنشطة الأكثر شيوعاً: الألعاب، البث المباشر، محتوى الكيبوب، وسائل التواصل الاجتماعي.
• Average daily time online: 4–5 hours متوسط الوقت اليومي على الإنترنت: 4–5 ساعات	• Average daily time online: 6–7 hours متوسط الوقت اليومي على الإنترنت: 6–7 ساعات	• Average daily time online: 5–6 hours متوسط الوقت اليومي على الإنترنت: 5–6 ساعات	• Average daily time online: 7–8 hours متوسط الوقت اليومي على الإنترنت: 7–8 ساعات.
• Trends: Young people spend more time on mobile apps than on computers. الاتجاهات: يقضي الشباب وقتاً أطول على تطبيقات الهاتف المحمول أكثر من أجهزة الكمبيوتر.	• Trends: High use of digital entertainment and online learning platforms. الاتجاهات: استخدام كبير للترفيه الرقمي ومنصات التعلم عبر الإنترنت.	• Trends: Mobile-first society with super apps that do almost everything. الاتجاهات: مجتمع يعتمد على الهاتف المحمول أولاً مع تطبيقات فائقة تقوم بمعظم الأشياء.	• Trends: Very high internet speed and a strong culture of online entertainment. الاتجاهات: سرعة إنترنت عالية جداً وثقافة قوية للترفيه عبر الإنترنت.

*Percentages and times are approximate and can change over time. *النسب والأوقات تقريبية وقد تتغير مع مرور الوقت.

B. Compare and Contrast قارن وتباين

Use the information above to complete the chart. استخدم المعلومات أعلاه لإكمال الجدول.

Aspect المجال	Egypt مصر	United States الولايات المتحدة	China الصين	South Korea كوريا الجنوبية
Internet Users (%) مستخدمي الإنترنت (%)	.....	.....	.....	.....
Most Popular Activities الأنشطة الأكثر شيوعاً	.....	.....	.....	.....
Average Daily Time Online متوسط الوقت اليومي على الإنترنت	.....	.....	.....	.....
Main Trend / Feature الاتجاه الرئيسي / الميزة البارزة	.....	.....	.....	.....

1. In which country do people spend the most time online? Why do you think so? في أي دولة يقضي الناس أكبر وقت على الإنترنت؟ ولماذا تعتقد ذلك؟

.....

2. Which two countries have similar main activities? How are they different? أي دولتين لديهما أنشطة رئيسية متشابهة؟ وكيف هما مختلفتان؟

.....

3. How is mobile use different in China compared to Egypt? كيف يختلف استخدام الهاتف المحمول في الصين مقارنة بمصر؟

.....

C. Debate مناظرة

Topic: **"Social media platforms do more harm than good for teenagers."** الموضوع: "تمنح منصات التواصل الإجتماعي ضرراً أكثر من نفعها للمراهقين".

For (Agree) مؤيد (أوافق)	Against (Disagree) معارض (لا أوافق)
• Social media can cause addiction and waste time. وسائل التواصل الإجتماعي يمكن أن تسبب الإدمان وإضاعة الوقت.	• Social media helps teenagers stay connected and informed. وسائل التواصل الإجتماعي تساعد المراهقين على البقاء متصلين وواعين.
• It can lead to anxiety, stress, and low self-esteem. يمكن أن تودي إلى القلق والتوتر وقلة تقدير الذات.	• It provides educational content and learning opportunities. توفر محتوى تعليميا وفرصا للتعلم.
• It exposes teenagers to cyberbullying and harmful content. تعرض المراهقين للتنمر الإلكتروني والمحتوى الضار.	• It can support creativity and self-expression. يمكن أن تدعم الإبداع والتعبير عن الذات.
• It reduces real-life communication and physical activity. تقلل من التواصل الواقعي والنشاط البدني.	• The problem is not the platforms, but how people use them. المشكلة ليست في المنصات، بل في كيفية استخدام الناس لها.

Write your opinion. Which side do you agree with? Why? اكتب رأيك. أي جانب تتفق معه؟ ولماذا؟

.....

.....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Oral Review Presentation تقديم مراجعة شفهية

Choose a platform or app you use. Prepare a 2-minute review presentation.
Talk about its good points, bad points, and give your final opinion.

اختر منصة أو تطبيقا تستخدمه. حضر عرضا شفهيا لمدة دقيقتين.
تحدث عن مميزاته، وعيوبه، وأعط رأيك النهائي.

Time: 2 minutes
المدة: دقيقتان

Your presentation should include: يجب أن يتضمن عرضك:

- The name of the platform / app. اسم المنصة أو التطبيق.
- What it is used for. ما هي استخداماته.
- What you like about it (positives). ما يعجبك فيه (الإيجابيات).
- What you don't like about it (negatives). ما لا يعجبك فيه (السلبيات).
- Your final opinion and recommendation. رأيك النهائي وتوصيتك.

Useful Phrases عبارات مفيدة

- The app / platform I want to review is ... التطبيق / المنصة التي أريد مراجعتها هي ...
- It is used for ... يُستخدم من أجل ...
- One good thing about it is ... من الأشياء الجيدة فيه أنه ...
- Another advantage is ... ميزة أخرى هي ...
- However, there are some problems. ومع ذلك، هناك بعض المشاكل.
- One problem is ... من المشاكل هي ...
- Another problem is ... مشكلة أخرى هي ...
- In my opinion, ... في رأيي، ...
- I recommend it to ... / I don't recommend it because ... أوصي به لـ ... / لا أوصي به لأنه ...

Tips for a Great Presentation نصائح لعرض ممتاز

- Be clear and organized. كن واضحاً ومنظماً.
- Speak at a good pace. تحدث بسرعة مناسبة.
- Use examples from your own experience. استخدم أمثلة من تجربتك الشخصية.
- Finish with your opinion and recommendation. اختم برأيك وتوصيتك.

B. Structure of a Review هيكل المراجعة

A good review has a clear structure. It helps the listener understand your ideas.
المراجعة الجيدة لها هيكل واضح. يساعد ذلك المستمع على فهم أفكارك.

Part الجزء	Purpose الهدف	What to Include ماذا تكتب	Useful Phrases عبارات مفيدة
1 Introduction المقدمة	Introduce the platform / app and what it is used for. تقديم المنصة / التطبيق وما هي استخداماته.	• Name of the app / platform • What it is for • Why you chose it • اسم التطبيق / المنصة • ما هي استخداماته • لماذا اخترت مراجعته	• The app I want to review is ... • It is used for ... • I often use it because ... • التطبيق الذي أريد مراجعته هو ... • يُستخدم من أجل ... • أستخدمه كثيرًا لأنه ...
2 Positives الإيجابيات	Talk about the good things and advantages. التحدث عن الأشياء الجيدة والمميزات.	• Main advantages • Examples or personal experience • المميزات الرئيسية • أمثلة أو تجربة شخصية	• One good thing about it is ... • Another advantage is ... • I like that it ... • من الأشياء الجيدة فيه أنه ... • ميزة أخرى هي ... • يعجبني أنه ...
3 Negatives السلبيات	Talk about the problems or things you don't like. التحدث عن المشاكل أو الأشياء التي لا تعجبك.	• Main problems • Examples • المشاكل الرئيسية • أمثلة	• However, there are some problems. • One problem is ... • Another problem is ... • ومع ذلك، هناك بعض المشاكل. • من المشاكل هي ... • مشكلة أخرى هي ...
4 Conclusion الخاتمة	Give your final opinion and recommendation. إعطاء رأيك النهائي وتوصيتك.	• Your overall opinion • Who you recommend it to (or not) • رأيك العام • لمن توصي به (أو لا توصي به)	• In my opinion, ... • I recommend it to ... because ... • I don't recommend it because ... • في رأيي، ... • أوصي به لـ ... لأنه ... • لا أوصي به لأنه ...

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

Lesson 4.3 Digital Consumption الاستهلاك الرقمي

A. Review Writing Task مهمة كتابة مراجعة

Write a review of a digital app or platform.

Write 150–180 words.

اكتب مراجعة لتطبيق أو منصة رقمية.

اكتب من 150 إلى 180 كلمة.

Quick Reminders
- Plan your ideas.
- Use the structure from page 121.
- Use linking words.
- Check spelling and punctuation.

Useful Phrases for Giving an Opinion عبارات مفيدة للتعبير عن الرأي

Phrases for Agreeing (المؤيد)	
I strongly agree that ...	أوافق بشدة على أن ...
In my opinion, ...	في رأيي، ...
I believe that ...	أعتقد أن ...
I completely agree because ...	أوافق تماماً لأن ...
That's a good point.	هذه نقطة جيدة.
I think this is very important because ...	أعتقد أن هذا مهم جداً لأن ...
I support the idea that ...	أدعم الفكرة أن ...
It has many benefits such as ...	له العديد من الفوائد مثل ...
I like it because ...	أعجبني لأنه ...
I recommend it because ...	أوصي به لأنه ...

Phrases for Disagreeing (المعارض)	
I don't agree that ...	لا أوافق على أن ...
In my opinion, ...	في رأيي، ...
I don't think that ...	لا أعتقد أن ...
I disagree because ...	أعارض لأن ...
That's not the best idea.	هذه ليست أفضل فكرة.
I think this can cause problems because ...	أعتقد أن هذا قد يسبب مشاكل لأن ...
I'm not in favor of ...	أنا لست مؤيداً لـ ...
It has some disadvantages such as ...	له بعض السلبيات مثل ...
I'm not convinced that ...	أنا غير مقتنع بأن ...
I wouldn't recommend it because ...	لن أوصي به لأنه ...

B. Your Review (150–180 words) مراجعتك (من 150 إلى 180 كلمة)

Write a review of a digital app or platform you use. Talk about what it is, what you like, what you don't like, and give your final opinion and recommendation.

Ideas to Think About
- What is the app / platform?
- What is it used for?
- What are the good points?
- What are the bad points?
- Who is it good for?
- Would you recommend it?

C. Review Checklist قائمة مراجعة

Check your review before you finish. تحقق من مراجعتك قبل الانتهاء.

Criteria المعيار	Yes نعم	Somewhat إلى حد ما	No لا
I wrote an interesting title. كتبت عنواناً جذاباً.	☐	☐	☐
I introduced the app and what it is used for. قدمت التطبيق واستخداماته.	☐	☐	☐
I talked about the good points with examples. تحدثت عن الإيجابيات مع أمثلة.	☐	☐	☐
I talked about the bad points with examples. تحدثت عن السلبيات مع أمثلة.	☐	☐	☐
I gave my opinion and recommendation. أعطيت رأيي وتوصيتي النهائية.	☐	☐	☐
I used linking words and useful phrases. استخدمت كلمات الربط والعبارات المفيدة.	☐	☐	☐
I checked spelling, grammar, and punctuation. تحققت من الإملاء والقواعد وعلامات الترقيم.	☐	☐	☐

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

LESSON 4

The Psychology of the Sale: Why We Buy What We Do Not Need

علم نفس البيع: لماذا نشتري أشياء لا نحتاجها

A. Inquiry Questions أسئلة استكشافية

1. What makes people want to buy things on sale, even if they do not need them?
ما الذي يجعل الناس يرغبون في شراء أشياء بالتخفيض، حتى لو لم يحتاجوها؟

2. Why do big sale events like Black Friday make people feel excited?
لماذا تجعل أحداث التخفيضات الكبيرة مثل الجمعة السوداء الناس يشعرون بالحماس؟

3. How do companies use psychology to encourage people to buy more?
كيف تستخدم الشركات علم النفس لتشجع الناس على شراء المزيد؟

4. Do you think people spend more money during sales than they usually plan?
هل تعتقد أن الناس ينفقون أموالاً أكثر أثناء التخفيضات مما يخططون له عادة؟

5. How can we protect ourselves from buying things we do not really need?
كيف يمكننا أن نحمي أنفسنا من شراء أشياء لا نحتاجها حقا؟

B. Discussion نقاش

1. Have you ever bought something on sale that you did not really need? Share your experience.
هل اشتريت من قبل شيئا بالتخفيض لم تكن بحاجة إليه حقًا؟ شارك تجربتك.

2. Why do you think limited-time offers make people feel a sense of urgency?
لماذا تعتقد أن العروض لفترة محدودة تجعل الناس يشعرون بالإلحاح؟

3. Do you think social media and influencers encourage people to buy more? Why or why not?
هل تعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين يشجعون الناس على الشراء أكثر؟ لماذا أو لماذا لا؟

4. What is the difference between "want" and "need" when shopping?
ما الفرق بين "الرغبة" و "الحاجة" عند التسوق؟

C. The Tricks Behind Sale Events الحيل وراء أحداث التخفيضات

Companies use many tricks to make us buy more during sales. Let's look at some of them.
تستخدم الشركات الكثير من الحيل لجعلنا نشتري أكثر أثناء التخفيضات. دعونا نلقي نظرة على بعض منها.

1. Limited-Time Offers عروض لفترة محدودة
They create urgency by saying, "Hurry! Offer ends soon!"
This makes us feel we might miss out.
تخلق إحساسا بالإلحاح بقولهم: "أسرع! العرض ينتهي قريبًا!"
هذا يجعلنا نشعر أننا قد نفوت الفرصة.

2. Artificial Discounts خصومات وهمية
Prices are raised before the sale so the discount looks bigger than it really is.
ترفع الأسعار قبل التخفيض.
حتى يبدو التخفيض أكبر مما هو عليه فعلًا.

3. "New" or "Limited Edition" جديد أو "إصدار محدود"
These words make products seem special and more desirable.
تجعل هذه الكلمات المنتجات تبدو مميزة وأكثر رغبة.

4. Social Proof الدليل الاجتماعي
They show how many people bought it or gave it 5 stars.
This makes us trust it more.
يعرضون عدد الأشخاص الذين اشتروا المنتج أو أعطوه 5 نجوم. هذا يجعلنا نثق فيه أكثر.

5. Free Shipping / Gifts شحن مجاني / هدايا
They add small rewards to make the deal more tempting.
يضيفون مكافآت صغيرة لجعل العرض أكثر إغراءً.

6. Big, Red Signs and Numbers لافتات حمراء وأرقام كبيرة
Bright colors and big numbers attract our attention instantly.
الألوان الزاهية والأرقام الكبيرة تجذب انتباهنا على الفور.

Remember: Smart shoppers know the tricks and make smart choices! تذكر: المتسوق الذكي يعرف الحيل ويجعل اختيارات ذكية!

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Sale Psychology Reading قراءة: علم نفس التخفيضات

We feel the loss more than the gain.

نحن نشعر بالخسارة أكثر من الربح.

1. Loss Aversion 1. تجنب الخسارة

Loss aversion is a psychological bias.
It means that the pain of losing something is stronger than the pleasure of gaining the same thing.
In other words, we hate losing more than we like winning.

تجنب الخسارة هو انحياز نفسي.
يعني أن ألم فقدان شيء ما أقوى من متعة الحصول علي نفس الشيء.
بمعني أخر، نحن نكره الخسارة أكثر من حبنا للربح.

Example: The Jacket مثال: الجاكيت

A jacket costs 1,000 EGP.
During a sale, it is 700 EGP.
You don't need it, but you think:

"I will lose 300 EGP if I don't buy it now!"

So, you buy it to avoid the loss, not because you need it.

جاكيت سعره 1,000 جنيه.
في التخفيضات سعره 700 جنيه.
أنت لا تحتاجه، لكنك تفكر:

"سوف أخسر 300 جنيه إذا لم أشتريه الأن!"

لذلك تشتريه لتتجنب الخسارة، وليس لأنك تحتاجه.

2. Common Sale Techniques That Use Psychology 2. أساليب البيع الشائعة التي تستخدم علم النفس

1. Urgency 1. الإلحاح

Messages like "Limited Time Offer" or "Ends Today!" push us to act quickly without thinking.

رسائل مثل "عرض لفترة محدودة" أو "ينتهي اليوم!" تدفعنا للتحرك بسرعة دون تفكير.

Example:
"Sale ends in 12 hours!"
مثال: "ينتهي العرض خلال 12 ساعة!

2. Limited Stock 2. كمية محدودة

Phrases like "Only 3 left!" or "Limited Quantities" make us fear missing out (FOMO).

عبارات مثل "باقي 3 فقط!. أو "الكمية محدودة" تجعلنا نخاف من تفويت الفرصة.

Example:
"Only 2 items left in stock!"
مثال: "باقي قطعتان فقط في المخزون!

3. Countdown Clocks 3. ساعات العد التنازلي.

Countdown timers show seconds ticking down. They increase pressure and stress.

ساعات العد التنازلي تظهر الثواني وهي تنتهي. تزيد الضغط والتوتر.

Example:
"Offer ends in 09:58!"
مثال: "ينتهي العرض خلال 09:58!!

4. Big Discounts & Anchoring 4. تخفيضات كبيرة ومراسي الأسعار.

A high original price is shown first, then a lower sale price. This makes the discount look very big.

يتم عرض السعر الأصلي المرتفع أولاً، ثم سعر منخفض في التخفيضات. هذا يجعل التخفيض يبدو كبيرًا جدًا.

Example:
"Was 2,000 EGP – Now 1,000 EGP"
مثال: "كان 2,000 جنيه – الأن 1,000 جنيه

3. Why Do People Spend More During Sales? 3. لماذا ينفق الناس أكثر أثناء التخفيضات؟

- We focus on saving money, not on spending it.
  • نحن نركز على توفير المال، وليس علي إنفاقه.
- We buy more items than we planned.
  • نشتري أكثر مما كنا نخطط له.
- We feel excited and rushed.
  • نشعر بالحماس والاستعجال.
- We justify extra purchases by saying, "It's on sale, it's a good deal!"
  • نبرر المشتريات الإضافية بقولنا:
  • "إنه في التخفيضات، إنها صفقة جيدة!

Studies show that people can spend 20% to 40% more during big sales compared to normal days.
The goal of sales is not only to sell, but to make us buy more than we planned.

تُظهر الدراسات أن الناس يمكن أن ينفقوا من 20% إلى 40% أكثر أثناء التخفيضات الكبيرة مقارنة بالأيام العادية.
• هدف التخفيضات ليس فقط البيع،
• بل جعلنا نشتري أكثر مما خططنا له.

Smart shoppers understand the psychology behind sales and make choices based on their needs, not emotions.
المتسوقون الأذكياء يفهمون علم النفس وراء التخفيضات ويتخذون قرارات بناءً على احتياجاتهم، وليس على عواطفهم.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Comprehension Check أسئلة الفهم والتحليل

1. Explain اشرح

1. Explain the meaning of "loss aversion" in your own words. اشرح معني "تجنب الخسارة" بكلماتك الخاصة.
2. How do limited-time offers create a sense of urgency? كيف تخلق العروض لفترة محدودة شعورًا بالإلحاح؟
3. Why do companies show the original price before the sale price? لماذا تعرض الشركات السعر الاصلى قبل سعر التخفيض؟
4. Explain how countdown clocks affect our decisions. اشرح كيف تؤثر ساعات العد التنازلي على قراراتنا.

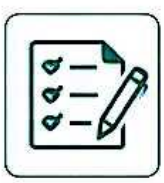
2. Analyze حلل

1. Analyze why people might buy more items than planned during sale events. حلل لماذا قد يشتري الناس عددًا أكبر من العناصر مما كانوا يخططون له أثناء التخفيضات.
2. Analyze the example of the jacket. What psychological bias is used? حلل مثال الجاكيت. ما الانحياز النفسي المستخدم؟
3. Analyze how limited stock messages ("Only 3 left!") influence buyers. حلل كيف تؤثر رسائل الكمية المحدودة ("تبقى 3 فقط!") على المشترين.
4. Analyze how big discounts and anchoring make a discount look more attractive. حلل كيف تجعل التخفيضات الكبيرة والتثبيت (عرض سعر كبير أولًا) التخفيض يبدو أكثر جاذبية.

3. Evaluate قيم

1. Evaluate the statement: "Sale events are designed to take advantage of our psychology." قيم العبارة: "أحداث التخفيضات مصممة لاستغلال علم النفس لدينا"
2. Do you think these sale tricks are helpful or harmful to consumers? Why? هل تعتقد أن أساليب البيع هذه مفيدة أم ضارة للمستهلكين؟
3. Evaluate the impact of social proof (e.g., "10,000 people bought this!") on our buying decisions. قيم تأثير الدليل الاجتماعي (مثل: "10,000" شخص اشتروا هذا!") على قرارات الشراء لدينا.
4. Should companies be allowed to use these tricks? Why or why not? هل يجب السماح للشركات باستخدام هذه الأساليب؟ لماذا أو لماذا لا؟

4. True / False / Not Given صح / خطأ / غير مذكور



Read each statement and write (T) True, (F) False, or (NG) Not Given.
اقرأ كل عبارة ثم اكتب (T) إذا كانت صحيحة، (F) إذا كانت خاطئة، أو (NG) إذا لم يذكر ذلك في النص.

1. Loss aversion means people prefer avoiding a loss rather than gaining the same amount. .....
2. Companies always show the final sale price before showing the original price. .....
3. Limited stock messages can create fear of missing out (FOMO). .....
4. Countdown clocks are used to reduce pressure and give people more time to think. .....
5. During big sales, many people spend more money than they planned. .....
6. The main goal of sale events is to help shoppers save money. .....

5. JRE (Justify, Reason, Explain) فسّر، علل، علل، واشرح

Do you think shoppers are responsible for overspending during sales, or are companies more responsible? Justify your answer with reasons and examples.
هل تعتقد أن المتسوقين هم المسؤولون عن الإنفاق الزائد أثناء التخفيضات، أم أن الشركات أكثر مسؤولية؟ فسّر إجابتك مع ذكر الأسباب والأمثلة.

.....

.....

.....

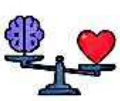
.....

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Vocabulary Focus تركيز على المفردات

Learn the new words from the lesson. Read, listen, and use them in sentences.
تعلم الكلمات الجديدة من الدرس. اقرأ، استمع، واستخدمها في جمل.

Word الكلمة	Meaning المعنى	Example in English مثال بالإنجليزية	Example in Arabic مثال بالعربية	Part of Speech نوع الكلمة
1. purchase شراء	to buy something with money يشتري شيئًا مقابل المال	• I made a purchase online yesterday.	• قمت بعملية شراء عبر الإنترنت أمس.	noun (n.) اسم
2. fall for ينخدع بـ / يقع فخ	to believe something that is not true or to be fooled by it يصدق شيئًا غير صحيح أو ينخدع به	• Don't fall for these tricks. They are made to fool you.	• لا تنخدع بهذه الحيل. إنها مصممة لخداعك.	phrasal verb فعل مركب
 3. loss aversion تجنب الخسارة	the idea that people feel the pain of losing more than the pleasure of gaining فكرة أنه تشعر بألم فقدان الشيء أكثر من متعة كسبه	• Loss aversion makes us buy things to avoid losing them.	• يجعلنا تجنب الخسارة نشتري أشياء لتجنب فقدانها.	noun (n.) اسم
4. urgency الإلحاح / الاستعجال	the feeling that something must be done quickly شعور بأن شيئًا ما يجب فعله بسرعة	• The message creates a sense of urgency.	• الرسالة تخلق شعوراً بالإلحاح.	noun (n.) اسم
5. countdown عد تنازلي	a count backwards to a special time or event عد تنازلي لوقت أو حدث محدد	• The website has a countdown for the sale.	• يحتوي الموقع على عد تنازلي للتخفيضات.	noun (n.) اسم
6. trick حيلة / خدعة	a clever way to deceive or trick people طريقة ذكية لخداع الناس	• Companies use many tricks to make us buy more.	• تستخدم الشركات العديد من الحيل لجعلنا نشتري أكثر.	noun (n.) اسم

B. Grammar Focus تركيز على القواعد

Present Perfect Tense زمن المضارع التام

We use the Present Perfect to talk about: نستخدم زمن المضارع التام للحديث عن:

1 Experiences in life (ever / never)
خبرات في الحياة (من قبل / أبداً)

- I have never been to another country.
- لم أذهب أبدا إلى دولة أخري.

2 Actions that started in the past and continue to the present
أفعال بدأت في الماضي وما زالت مستمرة حتى الآن

- She has lived in Cairo since 2020.
- لقد عاشت في القاهرة منذ عام 2020.

3 Unfinished actions or results without mentioning time
أفعال لم تكتمل بعد أو نتائج دون ذكر زمن محدد

- I have finished my homework.
- لقد أنهيت واجبي.

4 Recent actions (with just, already, yet)
أفعال حديثة (مع (just, already, yet)

- I Have just bought a new phone.
- We have already eaten.
- He hasn't arrived yet.
- لقد اشتريت هاتفًا جديدًا للتو.
- لقد أكلنا بالفعل.
- لم يصل بعد.

Form (التركيب):

Subject + have / has + past participle
الفاعل + أحد هما + التصريف الثالث للفعل

- I / You / We / They + have + (past participle)
- He / She / It + has + (past participle)
- I / You / We / They + have (للتصريف الثالث الذئث)
- He / She / It + has (للتصريف الثالث)

Common Time Expressions (تعبيرات زمنية شائعة)

- ever (من قبل)
- never (أبدا)
- already (بالفعل)
- just (لتو / مؤخرا)
- yet (بعد)
- since (منذ)
- for (لمدة)

Examples أمثلة

- Have you ever tried online shopping?
- هل جربت التسوق عبر الإنترنت من قبل؟
- I have already checked the prices.
- لقد تحققت من الأسعار بالفعل.
- They haven't decided yet. • لم يقرروا بعد.
- We have been shopping since morning.
- لقد كنا نتسوق منذ الصباح.

Tip! The Present Perfect connects the past with the present. زمن المضارع التام يربط بين الماضي والحاضر.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Grammar Focus (continued) تركيز على القواعد (تكملة)

The Present Perfect Tense – Questions زمن المضارع التام – تكوين السؤال

Form (التركيب):

Have / Has + subject + past participle + ... ?

(هل / هل + الفاعل + التصريف الثالث للفعل + ... ؟)

- Have: I / you / we / they
- مع: I / you / we / they
- Has: he / she / it
- مع: he / she / it

Examples أمثلة

- Have you ever bought something on sale?
  هل اشتريت شيئًا في التخفيضات من قبل؟
- Has she already received her order?
  هل استلمت هي طلبها بالفعل؟
- Have they finished shopping yet?
  هل أنهوا التسوق بعد؟
- Has he ever fallen for fake offers?
  هل وقع هفي فخ العروض المزيفة من قبل؟

Time Expressions with the Present Perfect تعبيرات زمنية شائعة مع المضارع التام

Expression التعبير	Use / Meaning الاستخدام / المعنى	Example in English مثال بالإنجليزية	Example in Arabic مثال بالعربية
just تواً / للتو	Something happened a short time ago. حدث شيء قبل وقت قصير جدًا.	• I have just placed an order.	• لقد قمت للتو بطلب (طلبية).
already بالفعل / بالفعل	The action happened earlier than now. حدث الشيء قبل الوقت الحالي.	• She has already paid for the jacket.	• لقد دفعت ثمن الجاكيت بالفعل.
yet بعد / حتى الآن	Used in questions and negatives to say something hasn't happened. يستخدم في السؤال والنفي للإشارة إلى أن شيئًا لم يحدث بعد.	• Have you finished shopping yet? • I haven't decided yet.	• هل انتهيت من التسوق بعد؟ • لم أقرر بعد.
since منذ	From a starting point in the past until now. من نقطة زمنية في الماضي وحتى الآن.	• I have been shopping online since Friday.	• لقد كنت أشتري عبر الإنترنت منذ الجمعة.
for لمدة / منذ (مدة زمنية)	For a period of time. لمدة زمنية محددة.	• I have been saving money for two weeks.	• لقد كنت أوفر المال لمدة أسبوعين.
never أبداً	Not at any time in the past. في أي وقت من الماضي.	• I have never bought anything on Black Friday.	• لم أشتري أبدًا شيئًا في الجمعة السوداء.

Tip! Use the Present Perfect when we talk about life experiences, recent actions, or actions that connect the past with now.
نستخدم المضارع التام عندما نتحدث عن خبرات الحياة: أو أفعال حديثة. أو أفعال تربط الماضي بالحاضر.

B. Grammar in Context القواعد في سياق

Complete the sentences with the correct form of the verbs in parentheses using the Present Perfect.
أكمل الجمل التالية باستخدام الشكل الصحيح من الأفعال بين القوسين في:من المضارع التام

1. I have _____ (already / buy) everything I need for the sale.
   لقد اشتريت بالفعل كل ما أحتاجه للتخفيضات.
2. Have you ever _____ (fall) for a fake discount?
   هل وقعت في فخ تخفيضان مريف من قبل؟
3. She has _____ (just / receive) her package.
   لقد استلمت هي طلبها للتو.
4. We haven't decided what to buy _____ (yet).
   لم نقرر بعد ما سنشترية.
5. They have been shopping online _____ (since) Monday.
   لقد كانوا يتسوقون عبر الإنترنت منوم الإثنين.
6. He has _____ (never / spend) so much money before!
   لم ينفق هذا المبلغ من المال من قبل!

Make questions.
أعد صياغة الجمل التالية في صورة سؤال:

1. You have checked the prices.
   → _____?
2. She has already paid.
   → _____?
3. They have finished shopping.
   → _____?
4. He has never used this app.
   → _____?
5. We have been waiting for the offer.
   → _____?
6. I have just seen this ad.
   → _____?

Remember: The Present Perfect helps us talk about experiences and actions that are important now.
تذكر: المضارع التام يساعدنا على الحديث عن خبرات وأفعال لها علاقة بالحاضر.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Present Perfect Exercises تدريبات على المضارع التام

1. Put the verbs in parentheses in the Present Perfect.

ضع الأفعال بين القوسين في المضارع التام.

1. I _____ (buy) a new phone this week.
2. They _____ (not finish) their homework yet.
3. She _____ (already / receive) her order.
4. We _____ (never / shop) on Black Friday before.
5. Have you _____ (see) this ad?
6. He _____ (be) to many sales this month.
7. The store _____ (close) early today.
8. My friend _____ (just / send) me a link.
9. They _____ (save) a lot of money this year.
10. I _____ (not decide) what to buy yet.

2. Choose the correct sentence. اختر الجملة الصحيحة

1. I have just bought / buy a new jacket.
2. She hasn't decide / decided what to buy yet.
3. Have they finished / finish shopping?
4. We have already eat / eaten dinner.
5. He has never use / used this website.
6. You have been waiting / wait for an hour!
7. They haven't receive / received their packages.
8. Have you ever fall / fallen for a fake discount?
9. I have lived / live in this city since 2020.
10. She has just pay / paid for the order.

Remember! تذكر!

Present Perfect = have / has + past participle
المضارع التام (have / has) + التصريف الثالث للفعل

- I have watched the ad.
  لقد شاهدت الإعلان.
- They have not watched the ad yet.
  لم يشاهدوا الإعلان بعد.
- Have you watched the ad?
  هل شاهدت الإعلان؟
- She has watched the ad already.
  لقد شاهدت الإعلان بالفعل.

3. Writing Task مهمة كتابية

Write five (5) sentences about sales culture using the Present Perfect.

اكتب خمس (5) جمل عن ثقافة التخفيضات باستخدام المضارع التام.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Tip: Use Present Perfect with time expressions: just, already, yet, since, for, never.
نصيحة: استخدم المضارع التام مع تعبيرات زمنية: (just / already / yet / since / for / never).

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

A. Presentation Task مهمة العرض التقديمي

TOPIC: "Black Friday does more harm than good."

موضوع العرض: "الجمعة السوداء تُسبب ضررا أكثر من نفع."

1. Main Points to Include أربع نقاط أساسية يجب تناولها

1 Impulse Buying
الشراء بدافع الاندفاع

- Sales tricks make people buy things they don't really need.

حيل البيع تجعل الناس يشترون أشياء لا يحتاجونها حقا.

2 Harm to Local Businesses
ضرر على الأعمال المحلية

- Big sale events help big companies, while small local shops lose customers.

التخفيضات الضخمة تفيد الشركات الكبيرة، بينما تخسر المتاجر المحلية الزبائن.

3 Financial Pressure
ضغط مالي

- People spend more than they can afford. This can lead to debt and stress.

ينفق الناس أكثر مما يستطيعون تحمله. يمكن أن يؤدي ذلك إلى الديون والتوتر.

4 Increased Waste
زيادة الهدر

- Many bought items are unused or broken and end up as waste.

الكثير من المنتجات المشتراة لا تُستخدم أو تتعطل وتنتهي كنفايات.

2. How to Build Your Argument خطوات إعداد الحجة

1 Hook
جذب الانتباه

Start with a strong sentence, question, or fact.

ابدأ بجملة قوية أو سؤال أو حقيقة.

2 State Your Position
عبّر عن موقفك

Clearly say that Black Friday does more harm than good.

وضح بوضوح أن الجمعة السوداء تُسبب ضررا أكثر من نفع.

3 Present Your Main Points
قدم نقاطك الأساسية

Explain each point with reasons and examples.

اشرح كل نقطة مع الأسباب والأمثلة.

4 Support with Examples/ Facts
ادعم بأمثلة/حقائق

Use real-life examples or statistics to make your argument stronger.

استخدم أمثلة من الحياة الواقعية أو إحصاءات لتقوية حجتك.

5 Concluding Statement
خاتمة قوية

Restate your opinion and end with a call to action or advice.

أعد تأكيد رأيك واختم بدعوة لاتخاذ إجراء أو نصيحة.

3. Strong Conclusion Tips نصائح لخاتمة قوية

- Remind the audience of your main points. ذكّر الجمهور بنقاطك الأساسية.
- Reaffirm your opinion: "Black Friday does more harm than good." أكّد رأيك: "الجمعة السوداء تُسبب ضررا أكثر من نفع".
- Give a final thought or solution. قدم فكرة ختامية أو حلاً.
- End with a strong, memorable sentence. اختم بجملة قوية لا تُنسى!

Presentation Success Checklist قائمة مراجعة لنجاح العرض

✓ I have a clear introduction. لدي مقدمة واضحة.	✓ I included the 4 main points. تناولت النقاط الأربع الأساسية.	✓ I used reasons and examples. استخدمت أسبابًا وأمثلة.	✓ My ideas are well organized. أفكاري منظمة جيدا.	✓ I have a strong conclusion. لدي خاتمة قوية.	✓ I speak clearly and confidently. أتحدث بوضوح وثقة.

تم المسح الضوئي بـ CamScanner

D.M.RAZK موقع الدكتور محمد رزق معلم الكيمياء التعليمي

موقع الدكتور محمد رزق التعليمي

امسح الباركود بالموبيل لتثبيت التطبيق وتحميل كل الملازم مجانا وبسرعه

MR

حمل التطبيق الأن

GET IT ON Google Play

ملازم ابتدائي | ملازم اعدادي | ملازم ثانـــوي | كورسات ونتائج امتحانات

موقع الدكتور محمد رزق
Dr.MoRizK